

Kommunikation und Rhetorik für den Anwalt in der täglichen Praxis¹⁾

Dr. Ivo Greiter, Rechtsanwalt in Innsbruck.



2015, 223

- I. Das Gespräch des Anwalts mit dem Mandanten²⁾
- II. Außergerichtliche Verhandlungen³⁾
- III. Verhandlungen für Vergleichsgespräche im Gerichtssaal⁴⁾
- IV. Vernehmung der Zeugen⁵⁾
- V. Vernehmung der eigenen Partei⁶⁾
- VI. Plädoyer im Strafprozess⁷⁾
- VII. Anwaltliche Wortmeldungen im Zivilprozess⁸⁾
- VIII. Der Anwalt als Schiedsrichter⁹⁾
- IX. Der Anwalt als Mediator¹⁰⁾
- X. Der Anwalt als Parteienvertreter im Schiedsverfahren und Mediationsverfahren¹¹⁾

XI. Der Anwalt als Vortragender auf Konferenzen und in Seminaren

Schon immer waren Anwälte gefordert, in der Öffentlichkeit zu reden. In den letzten Jahren ist durch die internationale Verflechtung die Zahl der Kongresse und Konferenzen sprunghaft gestiegen. Die Zahl der Seminare ist, bedingt durch die Geschwindigkeit, mit der neues Wissen entsteht, weitergegeben, gelehrt und gelernt wird, ebenfalls stark angestiegen. Bei allen diesen Veranstaltungen stellen Anwälte einen großen Teil der Referenten. Deshalb wird in diesem Kommunikationshandbuch auch auf die Funktion des Anwalts als Vortragender eingegangen.

1. Was ist Ziel des Anwalts als Vortragender auf Konferenzen und in Seminaren?

- ▶ Ziel eines Vortrags, auf Kongressen, Konferenzen und Seminaren ist es, dem Zuhörer Wissen zu vermitteln. Und zwar einerseits so spannend, dass er sich nicht langweilt oder gar einschläft und andererseits so, dass er sich auch später noch an den Inhalt des Vortrags möglichst genau erinnert.
- ▶ Darüber hinaus soll der Zuhörer den Anwalt als profunden Fachmann erleben, so dass er sich gerne an diesen wendet, wenn es später fachliche Fragen zu klären gibt.

- ▶ Wenn in der Kanzlei des Anwalts aus Marketingüberlegungen eigene Seminare abgehalten werden, ist das Auftreten als Fachmann natürlich besonders wichtig.
- ▶ Schließlich sollte für die Vorbereitung möglichst wenig Zeit investiert werden müssen.

2. Mit welchen Mitteln erreiche ich das Ziel?

- ▶ Die Sammlung des Stoffs, der Unterlagen und der Beispiele für ein Sachgebiet sollte möglichst langfristig erfolgen, damit nicht erst dann eine hektische Suche beginnt, wenn die Einladung zu einem Vortrag angenommen wurde.
- ▶ Während ich früher oft einen Vortrag zunächst in der Urfassung als ersten Entwurf diktiert habe, diese Fassung dann meist zu einem zweiten Entwurf umgearbeitet habe und manchmal sogar (je nach Schwierigkeit und Wichtigkeit) ein dritter und vierter Entwurf geschrieben wurde, benutze ich seit vielen Jahren ein erheblich zeitsparenderes und flexibleres System. Auf kleinen Zetteln im DIN A 6 Format, also ca 10 x 15 cm halte ich handschriftlich jeweils einen Gedanken fest. Das hat den großen Vorteil, dass nach Vorliegen der Gliederung alle Gedanken sofort dort eingeordnet werden können, wo sie hingehören, dass Ergänzungen mit neuen Beispielen und Gedanken sofort am richtigen Ort eingebaut werden können und Streichungen das Manuskript nicht belasten, weil der gestrichene Text einfach herausgenommen werden kann. Seit Jahren halte ich viele Vorträge nur mehr gestützt auf diese kleinen handschriftlichen Zettel.
- ▶ Diese kleinen Zettel haben überdies den weiteren Vorteil, dass man sie in einer Hand halten kann, dass sie die Gestik nicht behindern und sich nicht wie ein Manuskript im Format DIN A 4 als Barriere zwischen die Zuhörer und den Referenten schieben. Auch das ständige Hinunterschauen auf das Rednerpult, auf dem das Manuskript im DIN A 4 Format liegt, ent-

1) Mit Zustimmung des Autors dem Werk „Schlüsselqualifikationen“, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln, entnommen.

2) AnwBl 2010, 361 (Heft 07–08).

3) AnwBl 2010, 474 (Heft 10).

4) AnwBl 2013, 164 (Heft 3).

5) AnwBl 2014, 124 (Heft 2).

6) AnwBl 2014, 126 (Heft 2).

7) AnwBl 2014, 621 (Heft 10).

8) AnwBl 2014, 624 (621) (Heft 10).

9) AnwBl 2015, 38 (Heft 1).

10) AnwBl 2015, 40 (Heft 1).

11) AnwBl 2015, 41 (Heft 1).

- fällt. Die kleinen Zettel in der Hand lenken den Redner viel weniger vom Zuhörer ab.
- ▶ Aus der unendlichen Zahl der Hinweise und Anregungen aus Rhetorikbüchern nenne ich im Folgenden jene, die mir besonders wichtig erscheinen:
 - Es sollte eine klare Gliederung erarbeitet werden. Man sollte nicht verwirrend in römisch I, A, 1 strukturieren, sondern in 5 (auch 10 oder 15) übersichtliche Punkte gliedern und die einzelnen Punkte ansagen. Dann kann nämlich jeder, der gerade geistig abwesend war, bei jedem Punkt wieder neu einsteigen.
 - Das Ziel, also das Anliegen der Rede, muss klar formuliert werden, so dass jeder Zuhörer weiß, wovon gesprochen werden wird.
 - Möglichst alle Gedanken mit einem Bild, einem Beispiel, einem Vergleich oder einer Geschichte verbinden. Vorträge, die durch Bilder, Beispiele, Vergleiche und Geschichten angereichert sind, werden fast immer ein Erfolg, weil sie den Inhalt des Vortrags so bildhaft machen, dass der Zuhörer das Bild vor sich sieht. Es bleibt lange Zeit in Erinnerung und dadurch der gesamte Vortrag.
 - Kurze Sätze bilden.
 - Abwechslung hineinbringen durch Änderung der Stimmhöhe, Geschwindigkeit, Lautstärke, Gestik, durch Pausen, rhetorische Fragen, Zitate, Wiederholungen etc.
 - Nie überheblich oder belehrend auftreten.
 - Den Zuhörer immer dort abholen, wo er ist.
 - ▶ Die Zuhörer wie in einen Dialog einbinden. Bei einem großen Publikum jemanden in den ersten drei Reihen fragend anschauen oder sogar direkt ansprechen: „Vielleicht haben Sie diese Erfahrung auch schon gemacht“ oder: „Ich nehme an, Sie haben auch keine Lösung für dieses Problem gefunden“. Das Nicken des Zuhörers aufgreifen und ansprechen, so dass die Antwort durch das Nicken für alle „hörbar“ wird.
 - ▶ Bei einem kleinen Publikum bis etwa 100 Personen können die Zuhörer auch konkret mit eingebunden werden. „Was würden Sie in einem derartigen Fall machen?“ „Wer hat eine Lösung für dieses Problem gefunden?“
 - ▶ Durch dieses Einbinden der Zuhörer gestalten diese den Vortrag oder das Seminar mit. Und da es damit auch „ihr“ Seminar wird, wird es in deren Beurteilung auch gut, weil sie es ja mitgestaltet haben.
 - ▶ Bei einem sehr großen Publikum kann eine Einbindung auch durch breite Fragen erfolgen, zB: Es möge bitte aufzeigen, wer
 - Anwalt,
 - Notar,
 - Wirtschaftstreuhänder und Steuerberater,
 - Richter,
 - Universitätsprofessor ist.
 - ▶ Dadurch gelingt es meist, die Anonymität der Teilnehmer nicht nur gegenüber mir als Vortragendem zu lockern, sondern auch gegenüber deren Sitznachbarn.
 - ▶ Ein ähnlicher Erfolg ist auch mit einer Altersumfrage zu erreichen:
 - wer ist unter 20 Jahre alt,
 - wer ist 20–40 Jahre alt,
 - wer ist 41–60 Jahre alt,
 - wer ist über 60 Jahre alt.
 - ▶ Das Wichtigste ist jedoch, dass der Referent nicht aus einer inneren Langeweile heraus referiert, sondern dass die Zuhörer spüren, dass der Referent von dem, was er sagt, überzeugt und begeistert ist, so dass er auch begeistert darüber redet.
 - ▶ Um den Teilnehmern das Mitdenken und die Erinnerung an den Vortrag besonders leicht zu machen, können am Beginn Übersichten auf einem Blatt Papier ausgegeben werden, auf denen die Gliederung und eventuell einzelne markante Gedanken in Stichworten enthalten sind oder es wird das gesamte Manuskript ausgegeben.
 - ▶ Ob Hilfsmittel wie Folien, Beamer etc eingesetzt werden, hängt von der Zahl der Zuhörer und davon ab, was mit den Hilfsmitteln projiziert wird. Für die Präsentation von Bildern, Zeitungen, Fotos, Graphiken, Tabellen etc bringt die Projektion erhebliche Vorteile, weil sie das Vorgetragene illustriert. Wenn nur der Text des Vortrags, wenn auch gerafft wiedergegeben wird, ist die Wirkung umstritten. Denn der Blick auf die Leinwand lenkt von der Körpersprache des Vortragenden ab. Viele Vortragende geben dann auch der Versuchung nach, auf die Leinwand zu schauen, statt sich dem Blickkontakt mit den Zuhörern zu widmen.

3. Wie kann ich die Grundlagen und Mittel erlernen, um das Ziel zu erreichen?

- ▶ „Learning by doing“, also das Lernen durch das eigene Tun, durch das eigene Sprechen, ist die beste Möglichkeit zu lernen und sich zu verbessern. Nach einem Vortrag wissen wir meistens selber recht genau, was uns sehr gut gelungen ist und was weniger. Versuchen Sie nach einem Vortrag für sich selbst schriftlich festzuhalten, was Sie als besonders gut empfunden haben und in welchem Bereich Sie besser werden wollen.
- ▶ Sie können auch noch einen Schritt weitergehen und vor Ihrem Vortrag eine Ihnen nahestehende Person bitten, für Sie einen kritischen Kommentar zu Ihrer Rede zusammenzustellen.
- ▶ Bei der eigenen und der „fremden“ Kritik können zB folgende Bereiche behandelt werden:
 - War das Ziel, das Anliegen des Redners klar erkennbar?
 - Hat die Gliederung das Mitdenken erleichtert?
 - Wurden die Zuhörer dort abgeholt, wo sie sind?

- Waren die Gedanken mit Bildern, Vergleichen, Geschichten und Beispielen verbunden, so dass sie leicht in Erinnerung blieben?
- Hat die Gestik den Inhalt unterstrichen, ohne dass sie aufgesetzt oder künstlich wirkte?
- Hat die Körpersprache zum Vortrag gepasst und den Inhalt unterstrichen?
- Waren die Einleitung und vor allem der Schluss spannend?
- Waren Kleidung und äußere Haltung ansprechend?
- Wurde Augenkontakt zu den Zuhörern gesucht und gehalten?
- Wurde der Vortrag durch Abwechslung in der Stimmhöhe, Geschwindigkeit, Einsatz von Pausen, rhetorischen Fragen, Ausrufen etc lebendig?
- Wurde mit der richtigen Geschwindigkeit gesprochen oder hatten die Zuhörer Schwierigkeiten zu folgen?
- War der Vortrag laut genug?
- Wirkte der Redner voll informiert und engagiert?
- War die Länge des Vortrags dem Anlass angemessen?
- ▶ Eine besonders gute Hilfe ist es, wenn bei den einzelnen Punkten der Kritik auch gleich Verbesserungsvorschläge festgehalten werden. Letztlich muss aber immer jeder einzelne Redner entscheiden, was ihm persönlich liegt und wie er sich am wohlsten fühlt. Nur dann ist er authentisch und glaubwürdig. Technische Regeln und Tipps sind immer nur ein Denkanstoß. Was ich daraus für mich mache, was ich übernehme, ist allein meine Sache. Deshalb kann für mich oft auch das Gegenteil einzelner Regeln richtig sein.
- ▶ Eine gute Quelle für das Lernen ist die Analyse fremder Reden. Versuchen Sie zu ergründen, warum der eine Redner farblos langweilig wirkt und der andere seine Zuhörer mitreißt und überzeugt. Allein schon durch das kritische Beobachten und Analysieren lernen wir.

XII. Der Anwalt im Umgang mit den Medien

Früher lagen die Schwerpunkte der anwaltlichen Tätigkeit vor allem im Auftreten vor Gericht, im Verfassen von Schriftsätzen, im Formulieren von Verträgen, im Verhandeln mit mehreren Parteien, im Erarbeiten von Regelungen bei Konflikten und im Suchen von kreativen und innovativen Lösungen.

Heute kommt der Umgang mit Medien als weiterer Schwerpunkt dazu. Nicht für jeden Anwalt, nicht für jeden Fall. Aber bei einzelnen Rechtsfällen und in einzelnen Situationen ist die mediale Berichterstattung in den Zeitungen, im Fernsehen oder im Radio schon von gleicher Bedeutung wie die reine rechtliche Beurteilung.

Gelegentlich tritt die rechtliche Bedeutung gegenüber der medialen Bedeutung sogar in den Hinter-

grund. Wir können dies beklagen, bejammern, doch es wird nichts daran ändern, dass auch wir als Anwälte lernen müssen, mit den Medien umzugehen.

1. Was ist Ziel des Anwalts im Umgang mit Medien?

- ▶ Die Medien sollen überhaupt berichten.
- ▶ Sie sollen wahrheitsgemäß berichten.
- ▶ Sie sollen positiv und objektiv für den Mandanten berichten.
- ▶ Falsche Berichte sollen richtiggestellt werden.
- ▶ Manchmal sollen die Medien auch überhaupt nichts berichten.
- ▶ Die Tätigkeit und das Berufsbild des Anwalts sollen in positiver Weise dargestellt werden.
- ▶ Der Anwalt soll durch seine Erwähnung oder den Auftritt in den Medien möglichst so viel Vertrauen gewinnen, dass dadurch neue Mandanten kommen und bisherige sich in der Wahl bestätigt fühlen.

2. Mit welchen Mitteln erreiche ich das Ziel?

Je nach Ziel und Situation ist der Einsatz verschiedener Mittel zu wählen:

▶ Die Pressemitteilung

Wenn viele Medien über einen Sachverhalt informiert werden sollen, ist eine Pressemitteilung möglich. Dabei sind einige Kernpunkte zu beachten:

- Je kürzer die Mitteilung, desto größer ist die Chance, dass sie zumindest teilweise veröffentlicht wird. Eine halbe bis maximal eine Seite ist leicht genug.
- Die wichtigsten Sachverhalte sollen gleich zu Beginn stehen, so dass auch bei einer Textkürzung das Wesentliche erhalten bleibt.
- Juristische Fachausdrücke müssen vermieden werden.
- Jede Mitteilung muss einen Neuigkeitswert haben, der für eine attraktive Schlagzeile reicht.
- Wenn ich mir bereits selber vier mögliche Texte für die Schlagzeile und den Zwischentitel überlege und anführe, erleichtere ich den Journalisten die Arbeit und erhöhe die Chance, dass eine von mir vorgeschlagene Überschrift verwendet wird.
- Bei jeder Pressemitteilung muss ersichtlich sein, wer der Absender ist und an wen sich der Journalist telefonisch wenden kann, um weitere Informationen zu erhalten.
- In der Regel findet bei Zeitungen die Redaktions-sitzung am späten Vormittag statt; Redaktions-schluss ist im Laufe des Nachmittags.
- Eine Pressemitteilung, nur „An die Redaktion der X-Zeitung“ gerichtet, verschwindet viel leichter in den Papierstößen auf irgendeinem Schreibtisch, als eine Mitteilung, die an eine konkrete Person, also

zB Herrn Georg Depladi, gerichtet ist, der für das zuständige Ressort verantwortlich ist. Eine Möglichkeit, den zuständigen Ansprechpartner für das betreffende Thema zu finden, ist die telefonische Anfrage in der Redaktion, wer für den entsprechenden Themenbereich zuständig ist.

- Es muss dann im Einzelfall entschieden werden, ob vor Versand der Pressemitteilung mit den jeweils thematisch zuständigen Redakteuren Kontakt aufgenommen und die Mitteilung angekündigt wird.
 - Auch wenn nachgefragt werden soll, ist es auf jeden Fall eine große Hilfe, eine Person als Ansprechpartner zu haben. Sonst muss in der ganzen Redaktion herumgefragt werden, bei wem die Pressemitteilung gelandet ist. Und dies ist, wenn es kein „Knüller“ ist, meist aussichtslos.
- ▶ **Die Versendung an einen einzigen Journalisten**
Dieser Weg wird meist gewählt, wenn einem Medium eine Information exklusiv zur Verfügung gestellt werden soll. Dort wird die Information dafür in der Regel mehr hervorgehoben. Meist zeigen sich andere Medien und Journalisten dann beleidigt. Dieser Nachteil muss gegen die Vorteile abgewogen werden.
- ▶ **Die Pressekonferenz**
Eine Pressekonferenz wird meist dann angesetzt, wenn eine Information mit mehreren Journalisten besprochen werden soll. Dabei sind folgende Kernpunkte zu berücksichtigen:
- Die Pressekonferenz sollte zeitlich vor den Redaktionssitzungen stattfinden und enden, also in der Regel vormittags.
 - Die für die Journalisten vorbereitete Pressemappe sollte auf sogenannten „Waschzetteln“ die wesentlichen Fakten, Namen, Ziffern und Daten enthalten. Die „Waschzettel“ dürfen nur einseitig und nicht eng beschriftet sein und sind in der Regel durch verschiedene Farben der Blätter leicht und schnell zu unterscheiden.
 - Zu einer Pressekonferenz können auch mehrere Leute beigezogen werden, auch externe Fachleute.
 - Die Gefahr bei einer Pressekonferenz liegt darin, dass ein einziger Journalist eventuell mit einer Frage, einem Vorhalt oder einer Behauptung die Konferenz in eine Richtung steuert, die nicht geplant war, aber trotzdem auch von den anderen Journalisten aufgegriffen wird. Darüber hinaus muss bei Pressekonferenzen immer auch mit Fragen gerechnet werden, die nicht aus dem Stegreif beantwortet werden können.
- ▶ **Das Gespräch mit einem einzelnen Journalisten**
Dies hat den Vorteil, dass die Information leichter gesteuert werden kann. Es bleibt jedoch das Problem, dass andere Journalisten, wie bereits oben ausgeführt, beleidigt sein können, weil man ihnen eine Information nicht zukommen ließ.
- ▶ **Nicht alle Medienkontakte erfolgen freiwillig**
Es kann durchaus sein, dass ein Journalist einen Anwalt anruft und Informationen über ein laufendes Verfahren oder über die Situation eines Mandanten erhalten will. Auch dabei sind einige Kernpunkte zu berücksichtigen:
- Wenn Sie sich auf die berufliche Verschwiegenheit berufen wollen oder müssen, haben Sie es am leichtesten. Sie erklären dem Journalisten einfach: „Ich bin an das Berufsgeheimnis gebunden und kann Ihnen deshalb keine Auskunft geben“. Jeder Journalist wird aber weiter fragen. Er wird eventuell über den Mandanten sehr negative Sachverhalte erzählen, um Sie aus der Reserve zu locken. Wenn Sie (wie früher bei einem Sprung in der Schallplatte) immer den obigen gleichen Satz wiederholen, wird es der Journalist nach der 10. Frage bald aufgeben. Wenn Sie aber nur im Geringsten auf die Frage eingehen, wird er solange fragen, bis er alles aus Ihnen herausgeholt hat, was Sie nicht sagen wollten. Dadurch, dass er bei jeder Frage ein bisschen mehr Informationen erhält, weiß er, dass er nur oft und lästig genug fragen muss, um alles zu erfahren.
 - Wenn Sie am Telefon inhaltlich antworten wollen oder müssen, hat es sich bewährt, den Journalisten zu fragen, zu welchem Thema er welche Informationen haben will, ob die Themen jetzt vollständig genannt sind und wie lange Sie ihn noch erreichen können. Dies, weil Sie jetzt gerade in einer Besprechung sind oder eine andere Arbeit fertig stellen müssen und ihn deshalb in zB einer halben Stunde zurückrufen werden. Dieser spätere Rückruf gibt Ihnen die Möglichkeit, sich mit dem Thema vertraut zu machen, die Unterlagen herauszusuchen und Ihre Antworten fundiert vorzubereiten. Überdies ist es für Sie angenehmer, den Journalisten anzurufen, als von ihm angerufen zu werden. In den Empfindungen ist der, der anruft, einfach stärker. Für Sie ein Vorteil.
 - Es ist schwierig zu erreichen, dass überhaupt nicht berichtet wird.
 - Eine Drohung mit gerichtlichen Schritten wird nur in krassen Fällen erfolgreich sein können. Wenn eine Stellungnahme ohne Begründung verweigert wird, wird voraussichtlich genau das berichtet. Ob das günstiger ist, als eine Stellungnahme, die dann wiederum von der Zeitung hämisch kommentiert werden kann, muss im Einzelfall entschieden werden.
- ▶ **Radio- oder Fernsehinterviews**
Dabei ist immer darauf zu achten, dass nur ein kleiner Ausschnitt gesendet wird. Es darf also kein Satz, kein Halbsatz formuliert werden, der aus dem Zusammenhang gerissen werden kann und so eine Aussage verfälscht.

► Es gibt zahlreiche Grundregeln und Tipps für den Umgang mit Medien

Hier eine kleine Auswahl:

- Ich muss genau wissen, was meine zentrale Botschaft ist, die ich weitergeben möchte.
- Auf einige wenige plakative Aussagen konzentrieren (höchstens drei) und wiederholt mündlich einbringen, zB bei einem Interview.
- Versuchen Sie, Ihren Inhalt mit Bildern, Beispielen, Vergleichen und Geschichten so bildhaft zu verbinden, dass das Bild oder die Geschichte beim Zuhörer hängen bleibt.
- Wenn Sie die Frage nicht beantworten wollen, nennen Sie den Grund dafür. Das klingt gleich verständlicher.
- Auf Menschen und Gefühle eingehen.
- Falsche Aussagen sollte man sofort als solche bezeichnen, auch wenn Sie erst später in der Diskussion ausführlich darauf eingegangen werden.
- Begrenzen Sie sich auf Fakten.
- Lassen Sie sich nicht auf Spekulationen ein. „Was wäre wenn, werde ich mir erst überlegen, wenn eine solche Situation eintreten sollte, aber nicht vorher.“
- Versuchen Sie, möglichst positive Begriffe zu verwenden.
- Kurze Antworten können vom Journalisten viel schwerer missbraucht, das heißt, aus dem Zusammenhang gerissen werden.
- Verwenden Sie ganz einfache Formulierungen, als ob Sie den Sachverhalt einem 12-jährigen Kind erzählen. Sonst muss der Journalist ihre Aussage entsprechend vereinfachen.

3. Beispiele

- Ein Krankenhaus feierte sein 150-jähriges Bestehen. Vor Beginn der Feierlichkeiten war eine Pressekonferenz angesetzt. Ein Journalist stellte die Frage, ob eine Patientin, die frühmorgens gestorben war und tot aufgefunden wurde, an einem Kunstfehler gestorben sei. Die ganze Pressekonferenz wurde nur noch von diesem Thema geprägt. Auch in den Berichten war die Tote Gegenstand der Schlagzeile. Das Jubiläum mit dem Festakt etc, wurde nur noch nebenbei erwähnt. Hier wäre eine Pressemitteilung zum Jubiläum günstiger gewesen.
- Ein früherer österreichischer Kandidat für die Bundespräsidentenwahl – ein politischer Quereinsteiger – kam unter Beschuss, weil er angeblich versucht hatte, einen Abgeordneten einer kleinen Partei durch Übergabe von Geld zu bewegen, für seine Kandidatur zu unterschreiben. Das Fernsehen hatte den Kandidaten zu einem Interview gebeten. Als die Frage auf diese angebliche Geldzuwendung kam, erklärte der Kandidat, dazu werde er sich in drei Tagen in einer Pressekonferenz äußern. Der Journalist fragte aber trotzdem weiter und bekam auf jede Frage die obige Antwort, aber zusätzlich

noch eine Richtigstellung zum journalistischen Vorhalt. Der Journalist fragte immer weiter und nach ca sechs Minuten lag der ganze Sachverhalt ausgebreitet da, obwohl der Kandidat nichts sagen wollte. Sein Fehler war, dass er mit jeder Antwort eine Zusatzinformation gab.

4. Wie kann ich die Grundlagen und Mittel erlernen, um das Ziel zu erreichen?

- Der Umgang mit den Medien ist ein Bereich, der besonders schwierig zu erlernen ist. Umso wichtiger ist es, im Fernsehen, im Radio und in den Tageszeitungen bewusst zu verfolgen, wie einzelne kritische oder auch positive Meldungen gebracht wurden. Dabei kann meist gut analysiert werden, was beim öffentlichen Auftritt gut oder weniger gut angekommen ist. Gerade aus der Beobachtung und Analyse anderer kann sehr viel gelernt werden.
- Ein weiteres Mittel ist die Lektüre einschlägiger Bücher und der Besuch von Seminaren die mit praktischen Übungen und Rollenspielen verbunden sind.
- Schließlich ist auch hier die Analyse der eigenen Medienarbeit sehr wertvoll. Es ist zwar mühsam und manchmal ernüchternd, wenn man sich nach einem gelungenen oder missglückten Bemühen, mit den Medien erfolgreich umzugehen, hinsetzt und die Ursachen analysiert. Aber das Herausarbeiten und schriftliche Festhalten der Ursachen hilft im eigenen Erlernen sehr viel weiter.
- Bilder, Geschichten, Beispiele und Vergleiche sind besonders wirkungsvolle Mittel, um einen Sachverhalt plastisch und einprägsam zu vermitteln. Sie sind aber schwer aus dem Stegreif heraus zu finden. Die folgende Methode hat sich sehr bewährt, um den Einsatz von Bildern, Geschichten, Beispielen und Vergleichen zu erleichtern: Wenn man das erste Mal mit einer Thematik konfrontiert wurde, überlegt man sich bewusst jeweils fünf Bilder, Geschichten, Beispiele und Vergleiche, die eventuell eingesetzt werden können, und hält diese schriftlich fest. Die Chance, aus den bereits vorbereiteten Gedanken etwas verwenden zu können, ist dann wesentlich größer, als wenn ich erst in einem Interview beginne, nachzudenken, wie ich meine Aussage plastisch vermitteln kann.
- Eine andere Möglichkeit, Bilder, Geschichten, Beispiele und Vergleiche zu erarbeiten, liegt in der Analyse der Verwendung von Bildern, Geschichten, Beispielen und Vergleichen durch andere, sei es in Zeitungen, im Radio oder Fernsehen oder bei Vorträgen und Diskussionen, die ich selber anhöre. Wie ist der Redner zu diesem Gedanken gekommen? Wäre ich auch darauf gekommen? In welche Richtung hätte ich denken müssen, um darauf zu kommen? Die Erarbeitung dieser Antworten ist hart und mühsam, vergrößert aber die eigene Übung und Erfahrung.